

A man with a full brown beard and mustache, wearing a black top hat and round sunglasses. He is holding his right hand near his mouth, revealing a large, colorful tattoo of a phoenix or bird with a target-like eye. He is wearing a light-colored collared shirt and a black wristband.

221 BETTER STREET INC.

QUI A TUÉ MON BUSINESS ?

UNE CYBER-ENQUÊTE DE BEN BLANCO

©2024 TOUS DROITS RÉSERVÉS

Blanco Benjamin

Qui a tué mon Business ?

© Blanco Benjamin, 2024

ISBN numérique : 979-10-405-4674-0

Librinova”

www.librinova.com

Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l’auteur ou de ses ayants cause, est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

221 Better Street présente

L'Enquête du Business Assassiné

1ère Partie

- 1 | Introduction : La Scène du Crime
- 2 | L'Énigme du Marketing Défaillant
- 3 | Les Indices d'un Site Web Obsolète
- 4 | Le Mystère du colis égaré
- 5 | L'Énigme du Service Client Délaissé
- 6 | Les Indices d'une Publicité Manquée
- 7 | Le Dossier du Management en Désarroi
- 8 | Le Secret des Réseaux Sociaux Ignorés
- 9 | Le Code du Contenu Énigmatique
- 10 | Les Traces de la Stratégie Perdue
- 11 | Conclusion : Le Coupable Révélé
- 12 | Épilogue : Renaissance d'un Business

Contenus additionnels

- 1 | L'Atelier: Anecdotes, Planning, Exercices
- 2 | Informations : Outils, Bibliographie
- 3 | Au-delà des Indices & Biographie

INTRODUCTION
LA SCÈNE DU CRIME



« PENSEZ COMME UN CLIENT. »

PAUL GILLIN

INTRODUCTION

LA SCÈNE DU CRIME.

PRÉSENTATION DE NOTRE CONCEPT ET MISE EN CONTEXTE DE L'ENQUÊTE.

Dans les sombres ruelles de l'Internet, où les idées d'affaires naissent et meurent en un clic, se trouve un mystère que seul le plus astucieux des détectives peut résoudre.

Imaginez un instant, une entreprise florissante, pleine de promesses et d'ambitions. Puis, soudain, quelque chose tourne mal. Les ventes chutent, les clients disparaissent, et le site web jadis vibrant devient une ville fantôme numérique. Que s'est-il passé ? Qui est responsable de cet effroyable destin ? C'est ici que vous, en tant que propriétaire d'entreprise ou marketeur intrépide, entrez en jeu. Armé de votre esprit vif et de votre désir de vérité, vous êtes sur le point de vous lancer dans une enquête palpitante pour dévoiler les secrets enfouis et les erreurs cachées qui ont mené à la chute de votre entreprise en ligne.

Votre guide dans cette aventure sera nul autre que le cyber-détective Ben Blanco, grand fan du personnage de Sherlock Holmes, il est passé maître dans l'analyse et la déduction, habile à naviguer dans les méandres du web moderne.

Ensemble, nous revisiterons la scène de crime, inspectant chaque indice, chaque piste, pour reconstruire ce qui s'est passé et identifier les coupables.

Dans chaque chapitre de ce manuel, nous explorerons un aspect différent de votre entreprise en ligne. Comme dans un flashback de roman policier, nous remonterons le temps pour découvrir comment chaque erreur, chaque négligence, a contribué à un résultat fatal.

De la stratégie marketing mal conçue à la gestion de la clientèle négligée, du site web obsolète à la logistique déficiente, chaque élément sera passé au crible de notre enquête. Mais ne vous inquiétez pas, cette histoire n'est pas que sombre. Car chaque problème révélé est une opportunité de croissance, chaque erreur une leçon à apprendre.

Et à la fin de notre enquête, non seulement nous aurons identifié les

coupables, mais nous aurons également les clés pour redonner vie à votre entreprise.

Alors, enfiler votre imperméable, prenez votre loupe, ajustez votre deerstalker, et préparez-vous à plonger dans l'univers fascinant de l'analyse d'affaires à la manière de Sherlock Holmes. C'est une aventure dont chaque rebondissement vous rapprochera de la vérité et de la réussite de votre entreprise.

Bienvenue dans "L'Enquête du Business Assassiné".

[1ÈRE PISTE]



L'ÉNIGME DU MARKETING DÉFAILLANT

BE AWARE

« J'AI APPRIS QUE LES GENS VONT OUBLIER CE
QUE VOUS AVEZ DIT, CE QUE VOUS AVEZ FAIT,
MAIS ILS N'OUBLIERONT JAMAIS CE QUE VOUS
LEUR AVEZ FAIT RESSENTIR. »

MAYA ANGELOU

@221BETTERSTREET.COM

1. L'ÉNIGME DU MARKETING DÉFAILANT

ANALYSONS LES ERREURS COURANTES EN MARKETING DIGITAL ET DE LEUR IMPACT SUR VOTRE BUSINESS.

Dans les profondeurs obscures de l'univers numérique, là où le bruit incessant des stratégies marketing résonne sans fin, se trouve un mystère qui ne demande qu'à être résolu. Notre première piste, chers lecteurs, nous conduit au cœur même de l'échec de nombreuses entreprises : le marketing défaillant.

Le Message Perdu dans le Cyber-Brouillard

Imaginez un brouillard épais, s'étendant à perte de vue dans l'espace numérique. Ce brouillard, mes chers Watsons, représente le flot ininterrompu de messages marketing qui bombardent les consommateurs chaque jour. Votre message, bien qu'élaboré avec soin, risque de se perdre dans cette brume dense, devenant aussi insaisissable qu'un fantôme. Pour se frayer un chemin à travers ce brouillard, votre message doit être non seulement clair, mais aussi captivant. Il doit résonner avec votre public cible, lui parlant directement, en répondant à ses désirs les plus profonds et à ses besoins les plus urgents. Mais comment s'assurer que votre message ne devienne pas un murmure oublié dans le cyber-espace ?

La Cartographie des Personas

Au-delà des Données Démographiques, notre enquête nous mène ensuite à la création des personas. Sherlock Holmes, dans ses enquêtes, ne se contentait pas de simples observations ; il plongeait dans l'esprit de ses sujets. De même, comprendre véritablement votre audience va au-delà des simples données démographiques. Les personas sont des représentations fictionnelles de vos clients idéaux, basées sur des recherches réelles et des données. Ils ne sont pas de simples caricatures basées sur l'âge ou le revenu, mais des personnages vivants avec des rêves, des défis, et des motivations. En construisant ces personas, vous ne vendez pas seulement un produit ou un service ; vous répondez à une histoire, à une quête personnelle.

Les Canaux Perdus

Choix et Utilisation Stratégique

L'univers numérique est un labyrinthe de canaux, chacun avec son langage, ses codes, et son public. La clé n'est pas d'être présent partout, mais plutôt d'être efficacement présent là où vos personas passent leur temps. Choisir le bon canal, c'est comme choisir la bonne rue dans le Londres de Holmes : c'est là que les indices se révèlent. Chaque canal a ses particularités.

Instagram vibre avec des histoires visuelles captivantes, LinkedIn résonne avec des discours professionnels parfois un peu décalé, et X (Twitter) bruisse de conversations rapides et de mises à jour. Votre mission, si vous l'acceptez, est de choisir les canaux qui résonnent le mieux avec vos personas et d'adapter votre message en conséquence.

Le Mystère du Contenu Envoûtant

Au-delà du Conventionnel

Dans notre quête, nous découvrons que le contenu est roi, mais un roi souvent mal couronné. Votre contenu doit être plus qu'informatif ; il doit être envoûtant, captivant, une véritable énigme à résoudre pour vos lecteurs. Comment y parvenir ? Par des histoires, des anecdotes, des métaphores qui transforment un simple message en une aventure captivante. Pensez à Sherlock Holmes, avec son chapeau emblématique et sa pipe - des éléments qui le rendent inoubliable. De la même façon, votre contenu doit laisser une empreinte indélébile dans l'esprit de votre public. Il doit éveiller la curiosité, susciter l'émotion, et inviter à l'action.

Le Codex des Mots-Clés

Notre enquête nous mène ensuite au dédale du référencement naturel (SEO). Pour Ben Blanco, un indice peut mener à la vérité. Pour votre contenu, un mot-clé peut mener à la visibilité. Mais attention, le piège est de se laisser submerger par une quête effrénée de mots-clés, au détriment de la qualité et de la pertinence. La clé est de trouver un équilibre - intégrer des mots-clés stratégiquement, sans sacrifier la fluidité et l'authenticité de votre message. Imaginez les mots-clés comme des indices subtils, disséminés avec intelligence dans le tissu de votre contenu, guidant vos lecteurs (et les moteurs de recherche)